



厨邦财富

主 办：中炬高新技术实业（集团）股份有限公司 股票代码：600872.SH

2021 年第 5 期

中炬高新党委开展庆祝建党100周年主题党日活动

厨邦位列凯度消费者指数食品类增长最快品牌榜榜首

开创厂商合作共赢新局面，谱写厨邦未来发展新篇章
——2021年第二期经销商会议顺利召开

厨邦酱油文化博览馆入选中山市文明旅游景区



厨邦再登

“中国500最具价值品牌”榜单

132.05亿元

品牌价值

世界品牌实验室2021年《中国500最具价值品牌》，厨邦品牌价值增长25.54亿元，
位列“中国最具价值品牌”第383名。

目 录

封面：中炬高新党委庆祝建党 100 周年主题党日活动合影
封二：厨邦再登“中国 500 最具价值品牌”榜单



2021 年第 5 期

出版日期：2021 年 7 月 20 日

主办：中炬高新技术实业（集团）股份有限公司
协办：广东美味鲜调味食品有限公司

总 编 辑：李翠旭
总 策 划：李 建 邹卫东
主 编：王晴邈
副 主 编：陈劲涛 陈润峰
责任编辑：王海荣 袁倩玲
地 址：广东省中山市中山火炬开发区
厨邦路 1 号
邮 编：528437
电 话：0760-85596818 0760-28133000
传 真：0760-85596877
0760-28133006 转 115
网 站：www.jonjee.com
www.chubang.cn

内部资料 免费交流

（本刊部分选用国内外资料和图片，在此对原作者及单位深表谢意）

02 中炬要闻

厨邦位列凯度消费者指数食品类增长最快品牌榜首

04 营销动态

开创厂商合作共赢新局面，谱写厨邦未来发展新篇章
——2021 年第二期经销商会议顺利召开

乘“新”而起，合力前行

——美味鲜公司 2021 年新品发布会

数十载同舟共济，织就共赢“厨邦梦”

——美味鲜与经销商的共赢发展之道

广西大区掀起学习公司第一期经销商会议精神热潮

助浙味升级，展厨邦风采！——第十八期厨邦顶级厨师训练营
实战经验分享，助力业绩增长——营销实战案例分享（第二期）

22 中炬力量

营销精英人物——罗汉斌

营销精英人物——吕麒权

24 庆祝建党 100 周年专题

中炬高新党委开展庆祝建党 100 周年主题党日活动

峥嵘岁月共圆百年梦，初心不改奋进新征程

中炬精工组织党员干部集中观看庆祝中国共产党成立 100 周年大会

31 综合信息

学习贯彻新《安全生产法》，全面提升安全生产治理能力

中炬高新编辑部 2021 年度工作会议圆满召开

中炬高新集团 2021 年无偿献血活动圆满结束

阳西生产基地联合阳西总医院人民医院开展新冠疫苗上门接种工作

厨邦酱油文化博览馆入选中山市文明旅游景区

厨邦酱油博览馆举办消防灭火演练

生产事务局开展保全人员减速机拆装技能提升活动

中炬精工开展劳动竞赛活动，发挥工会积极作用

“二胎”压力下，岐江东岸高性价比四房是当之无愧的解压房！

44 中炬人文

广西大区桂东区域 2021 年夏季团队拓展活动

合肥二办包粽子比赛

社区电商迷局

后勤部第一届厨师技能大赛圆满落幕

封三：第十八期厨邦顶级厨师训练营

封底：中炬高新无偿献血活动



《2021年亚洲市场品牌足迹》报告
厨邦位列凯度消费者指数食品类
增长最快品牌榜

榜首

消费者触及数 (CPR)


人口
POPULATION
投射人口
所覆盖的每个国家的家户数


购买者
PENETRATION
渗透率
有多少家庭一年中购买过
这个品牌


消费者选择
CONSUMER CHOICE
购买频次
一年每个家户平均购买这个品牌
多少次



6月17日，凯度消费者指数（在中国隶属于CTR）发布了《2021年亚洲市场品牌足迹》报告，揭示了各市场消费者选择最多及增长最快的品牌。

本次报告揭示了饮料、食品、乳制品、健康美容、家庭护理等五类与消费者衣食住行息息相关的品类中前五增长最快的品牌，在榜单中，厨邦位居食品类增长最快品牌榜榜首，成为消费者触及数增长最快的食品类品牌，相较去年前进了一位，勇夺魁首。

同时，在本次报告中，还揭晓了全品类前十增长最快的品牌榜单。其中，厨邦位居第三名，消费者触及数新增1740万，增长率达13%，获得了双位数的增长，比去年前进了两个位次；渗透率达31.1%，相较去年增长了3.2%！

五大类前五增长最快的品牌 (基于各类别前30品牌) 食品类		
2020排名	品牌	CPR增长% 2020
16	厨邦	13.0
27	今麦郎	12.1
12	统一	9.8

前十增长最快的品牌 (基于前50品牌)					
2020 排名	品牌	消费者触及数 (百万)	CPR增长% 2020	渗透率% 2020	平均选择次数 2020
16	可口可乐	269.9	14.9	51.1	2.9
29	洁柔	197.7	14.8	38.2	2.8
37	厨邦	148.4	13.0	31.1	2.6

2020年对于很多行业来说都是极富挑战的一年，快消品行业也不例外，厨邦能够在这样的挑战下稳中上升，连续两年荣登品牌消费者触及数前十增长最快榜单，获得越来越多消费者的选择与青睐，正是因为厨邦对于产品品质，对于维护消费者权益的坚持！

无论产品如何更新换代，厨邦始终把产品的品质放在第一位，以高标准、严要求打造高品质的产品，切实保障消费者的权益。

最优质的的原材料、得天独厚的地理优势、坚持传统的南派工艺、“高标准、重源头、抓过程、严出厂、建溯源”独具厨邦特色的五步品控法，这才造就了品质优良的厨邦产品。

“厨邦讲良心，产品更放心”绝不只是说说而已，厨邦始终不忘恪守品质、专注匠心的企业精神，不负千万家庭对健康美味的向往和追求！

——美味鲜 章思敏/文



开创厂商合作共赢新局面，谱写厨邦未来发展新篇章 ——2021年第二期经销商会议顺利召开

6月30日—7月2日，以“开创厂商合作共赢新局面，谱写厨邦未来发展新篇章”为主题的美味鲜2021年第二期经销商会议暨第十三期厨邦财富训练营在华夏名都山西太原隆重召开。中炬高新总经理、美味鲜执行董事兼总经理李翠旭，中炬高新副总经理、美味鲜常务副总经理张卫华等公司领导班子成员、营销团队主要管理人员以及400多位优秀经销商代表齐聚一堂，同谋发展，共商未来，合力开启厂商共赢新篇章。

会场中合作共赢的主题贯穿全场，来自各地的经销商代表纷至沓来，与公司营销团队深入交流、共叙情谊，在欢声笑语中凝心聚力，在互利共赢中勉力前行，是朋友久别重聚的情谊，也是伙伴同心逐梦的信任。他们带着对厨邦品牌的信心，对未来发展的必胜信念，踏上新征程、新起点。

厨邦新品齐亮相，多品类协同全面铺开

好产品才有好市场，好企业才有好未来。新品是一个行业未来发展的风向标，适应消费者需求变化的新产品，是赢得市场认可的关键一环。多年来美味鲜始终坚持产品是企业生命线的宗旨，从率先引入高鲜酱油，到研制健康低盐产品，再到顺应消费潮流推出便捷化产品，每一款新品都能紧贴市场需求，获得消费者的喜爱和认可，也是促进厂商合作共赢的重要法宝。



2021年公司继续因应市场变化，加快产品调研和开发，推出了一系列品质和流量兼具的新品。借着经销商会议召开的契机，品牌策略部王卫红经理向各位经销商朋友隆重推介了公司2021年新品。本次上市的新品从酱油、鸡精粉、蚝油、料酒、食用油、酱类、醋类到火锅底料，涵盖范围、上市数量、推广力度等都是历年之最。不断丰富产品品类、优质上乘的产品质量、有口皆碑的品牌信誉，获得了经销商的持续关注和一致好评，为经销商在市场上增点拓面提供了强大的动力。



品牌策略部王卫红经理发布新品



2021年厨邦新品展示区



经销商朋友驻足新品展台，了解厨邦新品



把脉行业动态，洞悉发展良方

厨邦财富训练营是一个为经销商量身定制、精心打造的知识和技能盛宴，旨在帮助经销商梳理市场基本面，为迎接新挑战充实力量。在随后开展的第十三期厨邦财富训练营中，赢销力企业管理咨询有限公司董事长、首席咨询师、畅销书《聚焦》的作者王冠群老师为与会经销商带来了一场题为《渠道精细化，夯实基本盘》的财富分享课程。

王老师为与会人员全面梳理了目前市场发展的现状和趋势，并结合公司产品优势，从单品集群、渠道运作、终端销售等营销要点出发，详细阐述了在日益复杂的行业竞争中，各大厂商该如何持续挖掘资源，加快市场培育，在聚焦发展的过程中更好地寻找新突破，实现新增长。

经销商认真聆听指导，对老师提出的知识点仔细记录，虚心求教，在深入交流与思想碰撞中，把脉行业动态，洞悉发展良方，为厂商提升协同能力，夯实市场运作技巧打下坚实的基础。



王冠群老师现场授课



经销商朋友认真聆听

坚定发展信心，织就厨邦新篇

过去的2020年，受疫情影响，公司虽然受到了一定的冲击，但在全体经销商朋友的共同努力下，直面疫情，积极采取措施，去库存，拉销售，在逆势中实现了较好的业绩增长，增长水平处于行业上市公司前列。骄人的业绩，离不开公司对市场与消费者需求的精准把握，更离不开全体经销商伙伴对美味鲜政策坚定不移的执行与夜以继日的付出。在随后举行的颁奖晚宴上，公司对一批销售业绩表现优异的优秀经销商进行了表彰，分别颁发了“战略合作伙伴”、“优秀合作伙伴”等多项大奖，激励获奖经销商继续化压力为动力，努力耕耘市场，打开销售新局面的同时，也为其他经销商队伍树立了先进学习榜样。



李翠旭总经理（中）与获奖经销商合影



张卫华副总经理（右一）与获奖经销商合影



董事会秘书邹卫东（右一）与获奖经销商合影



张弼弘副总经理（右一）与获奖经销商合影



李建副总经理（右一）与获奖经销商合影



美味鲜副总经理张万庆（左一）与获奖经销商合影

晚宴上美味鲜副总经理张万庆对莅临的经销商表示了热烈的欢迎，他指出，美味鲜历来秉承厂商共赢的经营理念，保持着厂商合作、共同发展的优良传统。公司营销人员和经销商队伍需保持行业自信、能力自信，坚定合作共赢的底气和信心，在市场开发中坚持守正创新，做好精细化运营，努力开创发展新局面。

卫华总从国家经济发展、行业趋势、各大品牌企业现状、公司发展历程等方面，阐述了对厨邦品牌未来发展的信心。同时卫华总表示，公司将继续加强品牌建设、市场配套、秩序管控等，将厂商合作共赢的道路不折不扣地走下去，相信在双方合力下，公司一定能圆满完成经营目标。



张万庆总致欢迎辞



张卫华总发表讲话

李翠旭总经理来到会议现场，与经销商朋友共叙情谊，共同探讨了下一阶段该如何协同发展，赋能营销等议题。晚宴祝酒辞上，翠旭总代表公司对经销商朋友的远道而来表示了热烈的欢迎，并对过去一年厂商两支队伍同心协力、迎难而上，克服疫情影响，为公司取得优异成绩所付出的努力表示了衷心的感谢。

会上翠旭总借用毛主席的两句诗词“龙盘虎踞今胜昔”、“而今迈步从头越”与经销商共勉，他强调，“厨邦讲良心，人品更放心”，公司会坚定落实市场和经销商政策。面对未来复杂的市场环境，公司将会从内部管理、经销商支持、产能保障等方面出发，全力支持营销发展。只要厂商一心，携手共进，定能创造美好的未来。

会议结束之后，大会组织与会人员开展了太原团建之旅。厂商团队走进常家庄园、平遥古城，领略风物殊佳的大美太原，并在团建中进一步加强厂商间的交流，提升团队凝聚力，以全新的面貌重新起航，迎接新的挑战。

上下同欲者胜，同舟共济者兴，本次会议是厂商交流心得、增进了解、开展合作、推动发展的高水平研讨会，也是双方坚定信心，开启合作共赢新局面的全新起点。全体美味鲜人、经销商伙伴必将进一步凝聚共同发展的广泛共识，做大做强厨邦品牌，在市场竞争中携手奋进，勇立潮头，共同开创厨邦更加美好的明天，厨邦加油！



中炬高新总经理李翠旭发表重要讲话

——美味鲜 辛栩毅/文



乘“新”而起，合力前行 ——美味鲜公司2021年新品发布会

7月1日，恰逢建党一百周年华诞，在这意义非凡的日子，广东美味鲜调味食品有限公司在山西太原隆重召开了2021年第二期经销商会议，本次会议除了与到场的数百位经销商朋友共叙情谊，谋划美好未来之外，会上公司还隆重推介了2021年厨邦新品。

厨邦家族再添新兵，同享新品共叙情谊

在本次新品发布会上，2021年已上市或即将上市的多款新品悉数惊喜亮相，范围涵括酱油、鸡精粉、蚝油、料酒、食用油、酱类、醋类、火锅底料等八个品类，是历年来厨邦新品推广力度最大的一年。新产品，新体验，新感觉，产品不断升级，规模矩阵持续扩展，本次新品集中上市是公司“1+N”发展战略持续深入落地的重要体现，也是厂商合作共赢的新起点。接下来就让我们走近厨邦新品，领略高品质的厨邦味道。



厨邦 草菇老抽
滴滴出色 味道鲜

上色红 酱香浓

新品上市



经典代表作

红烧肉

久煮不变黑

创作心得
用厨邦草菇老抽为肉块上色，即便慢炖几小时，也不影响菜肴散发诱人的深红色，成品在灯光的映射下变得晶莹透亮，食欲满满。

厨邦一级草菇老抽

厨邦 火锅鲜蚝油

火锅蘸料来一勺
一口吃出鲜香味



火锅蘸料

- 1、厨邦浓香纯芝麻油里加入一勺蒜泥，些许香葱，不吃香葱的可以用香菜代替；
- 2、倒入适量厨邦火锅鲜蚝油、厨邦纯酿原浆米醋、花生碎，醋可以解腻，蚝油可以提鲜，增加浓郁的口感；
- 3、想要一点点辣增加食欲的，可以试着加入少许小米椒或者辣椒面，咸鲜酸辣，口感很丰富呢~

厨邦火锅鲜蚝油

厨邦 火锅底料看厨邦 真材实料就是香



麻辣香锅



原料 鲜虾、白菜
土豆、豆腐
香菜、葱、姜、蒜等

调料 厨邦手工牛油火锅底料

步骤

- ① 鲜虾去虾线，白菜、土豆、豆腐切成合适大小，姜、蒜、葱、香菜切好备用；
- ② 将白菜、土豆、豆腐等下锅焯水几分钟，煮熟后捞出。

厨邦火锅底料



厨邦三鲜鸡精



厨邦鲜味蚝油



厨邦精制料酒

“油”好搭档
性价之选



厨邦花生浓香调和油

便捷包装
潮流趋势



敬请期待

挤压装泰式甜辣酱

为欢迎远道而来的各地经销商朋友，晚宴还别出心裁设置了一道以厨邦火锅底料烹制的独特美食，真材实料、营养美味的厨邦美食让现场经销商赞不绝口，在一片香气萦绕和欢声笑语中加深了厂商情谊，也让经销商进一步了解厨邦新品快捷、健康、美味的全新理念。



牛油海鲜火锅

厨邦新品掀起热潮，厂商合力打造市场

会场外设置了2021年厨邦新品展示专区，多款新品并排陈列，充分体现了新品的不同特性和独特魅力。经销商在展位前纷纷驻足观看，对新品表现出了极大的兴趣和信心，并相互交流新品运营、市场开拓的经验与心得。



新品展示区

“与厨邦合作十年了，是公司的忠实合作伙伴。厨邦产品一直以来深受市场欢迎，但凡新品上市，我们都是第一时间订货，快速进行终端销售运作。今年发布的几款新品是对市场细分渠道的有效补充，特别是厨邦火锅底料、厨邦鲜味蚝油等，满足了消费者追求高品质、便捷化、功能化的需求，推出后成为了我们市场上的明星产品，受到了消费者的喜爱和青睐，也加强了我們继续做大市场的信心。”现场一位经销商在谈及厨邦产品时自豪感满足感溢于言表。数十载的市场淬炼中，厨邦产品的高品质早已成为他们心中的信仰，也坚定了他们对于厨邦市场打造的信心和决心。

自2021年厨邦新品推出以来，经销商团队加强市场运作，在大区和办事处的指引下开展铺市、陈列、动销、宣传。厂商合力下，流通门店、商超货架、餐饮后厨随处可见厨邦新品的身影，进一步满足不同消费群体、不同渠道、不同场景的多方面需求，美味、健康的厨邦新品再一次为人们所称叹。

新品是一个行业未来发展的风向标，不断开发研制适应消费者需求变化的新产品，才能获得市场的认可，也是企业不断向前发展的前提和基础。

相信在厂商两支队伍和衷共济、携手合力下，厨邦品牌定能在市场竞争中继续做大做强，拥抱更加美好的明天。

——美味鲜 辛栩毅/文



经销商代表分享与公司合作的故事



厨邦产品路演展卖



数十载同舟共济，织就共赢“厨邦梦”

——美味鲜与经销商的共赢发展之道

“树有多高，根就有多深”，厨邦品牌的快速成长，发展成为如今的强势品牌，是公司坚持扎根经销商，深入一线的结果。而厨邦与经销商数十载风雨同舟，早已建立起家人般的深厚关系，双方的合作共赢正是对这句话最好的注释。



近日，凯度消费者指数发布了《2021年亚洲市场品牌足迹》报告。该报告揭晓了亚洲各地区消费者选择最多的品牌以及增长最快的品牌。厨邦入选“前十增长最快品牌”，成为食品类增长最快的品牌。同时厨邦也再度入选2021年《中国500最具价值品牌》榜单，这些成就无不彰显厂商合作赋能下，品牌发展的强劲势头。

厨邦品牌发展迅速，稳居行业头部，除得益于醇香鲜美、品质优良的产品外，日趋完善的营销网络成为了促进品牌顺利触及广大消费者的重要法宝。

近年来，公司重点发力全国化市场布局，加快经销商团队建设，2020年全年新增经销商300多家，增幅超30%。截至2020年末，公司经销商数量已超过1400家，全国地级市开发率近90%，成为为数不多的拥有全国性网络的调味品企业之一。随着经销商的全面布局，借助行之有效的管理体系，厂商并肩作战、互惠互利，为企业打造了良好的品牌形象，推动美味鲜发展越发扎实稳健。

风雨同舟,我们一直并肩同行



挑灯夜战，加班送货



大区经理向经销商赠送口罩

相互促进、共同发展的初心，随着合作时间的增长，这份信任慢慢变成冲破困难险阻的默契。2020年初疫情突袭神州大地，全国上下陷入沉寂，市场一片萧条。办事处与经销商为了确保市场供应，冒着生命危险，并肩坚守在市场一线，制定销售策略、协调物流运输、落实产品推广，在一次次的手手作战中，完成了产品销售和市场保供，也连接了产品到达消费者手中的最后一公里。这种默契的背后正是公司与经销商多年并肩作战积累下的战友情谊，而这种情谊在疫情等困难时期下更显难能可贵，充分彰显了厨邦品牌的魅力。

说得多，不如做得多。美味鲜对于经销商的政策上，永远是实干家。这份实干既体现在对经销商的信任与支持，更体现在给予经销商的全方位策略支援。

带线指导,我们一直在行动

“厨邦讲良心，产品更放心”，公司坚持良心产品，也奉承良心合作。随着经销商体系逐步完善，营销区域快速拓展，渠道进一步下沉，许多新经销商逐渐成为了公司的生力军。除了第一时间向新晋经销商普及相关政策和营销模式外，大区 and 办事处团队针对各区域市场形势，还组成走访团队，常年与经销商展开深入交流。围绕全年销售目标，共同商讨行之有效的市场应对策略。同时从现场铺货、陈列、动销等方面加大对经销商的指导与帮助，面对面地倾听他们的声音，了解他们的需求，第一时间解决他们遇到的问题，帮助新经销商稳健成长，顺利完成销售任务。



大区和办事处深入一线，带线指导

急客户所急，我们一直未曾停下

社区团购平台低价扰乱市场的行为，给经销商带来了极大的困扰。公司及时组织业务团队深入分析社区团购乱象，组织辖区经销商召开座谈会，研讨策略方案。同时公司加大市场管理力度，强化管理手段，出台《社区平台限价表》，规范窜货、低价倾销的行为，及时为经销商排忧解难，创造和谐有序的市场环境。

此外，针对部分经销商因规模及产品扩张遇到的资金短缺现象，公司还主动协调相关金融机构，牵头制定符合经销商发展的融资方案，力求以较低的利率协助经销商进行贷款融资，并向经销商详细解释相关条款，帮助经销商解决燃眉之急。

数十年来，美味鲜以百分百的热忱对待每一位消费者，更以家人般的热诚看待每一位经销商，忠诚在无数次心手相携中慢慢积累。在刚过去的第一期经销商会议上，各位经销商怀着无比的热情齐聚一堂，共享了属于厨邦人的盛宴。他们中很多人与厨邦合作多年，建立了深厚的情谊，而这种情谊早已注入他们的血液中，成为了生活中的一部分。“树有多高，根就有多深”，厨邦品牌的成长是公司坚持扎根经销商，深入一线的结果。而厨邦与经销商数十载风雨同舟，合作共赢正是对这句话最好的注释。

厨邦连续多年赢得殊荣，获得越来越多消费者的选择与青睐，体现了厨邦对产品品质的坚持，更离不开数十年来一批批忠诚拥护厨邦品牌的经销商家人的大力支持。美味鲜与经销商的彼此信任和热心真诚是双方合作共赢之道，支撑了企业数十年的辉煌发展，下一个十年、二十年，我们将义无反顾地继续走下去。



经销商会议外围布置

——美味鲜 辛栩毅/文



广西大区掀起学习 公司第一期经销商会议精神热潮

为贯彻公司2021年第一期经销商会议上领导讲话精神，6月上旬，广西大区通过线上线下相结合的方式，组织各区域、办事处、经销商开展专题学习活动。广西大区熊经理强调，要深刻认识在营销环境新常态下，以“新”营销模式推动高质量发展的重大意义，准确把握主销区市场转型的科学内涵和营销实践要求，奋力闯出符合广西市场实际的高质量发展之路，实现半年、全年各项营销目标任务的达成。

以上率下推进，从严从实学习

在办事处负责人视频学习会议上，李经理结合2021年广西大区“三大年”打造工作总要求，及“春耕战役”、“夏耘行动”活动，对上半年销售实绩作专题辅导报告，系统回顾了近两年以来，广西市场推进营销工作转型升级的路径，并针对阶段发展的不足，重新调整部署、细化要求。

为贯彻落实公司领导在第一期经销商会议时对广西市场发展提出的具体要求，广西大区将不断强化渠道网络建设，以巩固完善核心优势流通渠道为基础，加快商超、餐饮、特通等渠道网络优化升级，并以高标准建设一批各渠道样板市场、样板门店，持续汇聚高质量发展的渠道网络要素；突出创新驱动，夯实品牌基础，既要围绕上市新品推广部署创新，在“前端上架”上下功夫，也要围绕传统热销产品，在“主次分明”上下功夫，更要围绕推广手段，转化实际销量，在“后端转化”上下功夫，不断催生产品高质量、多品类发展的强劲动力；要以实际动销推动市场振兴，打好空白网点上架“攻坚战”、薄弱网点销量提升“主动战”、优势网点销量稳定“持久战”，不断筑牢高质量发展的坚实根基；要加快人才队伍建设，按照公司提出的“人才池”工作要求，积极培养后备人才资源，为高质量发展提供稳固支撑；要坚定职业信心，充分树立品牌自信心、职业发展自信心和厨邦品牌未来大发展自信心，提振两支队伍士气和战斗力。

与会各区域、办事处负责人对会议内容进行充分研讨，大家纷纷表示，要坚定信心、主动创新、担当实干，奋力将公司领导在第一期经销商会议时提出的系列营销“新”思想、对营销队伍的亲切关怀和科学指导转化为提升广西市场销量的实际成效。

重温奋斗故事，弘扬铁军精神

在各区域、办事处分头召开的办事处内部学习会议上，各办事处业务人员纷纷主动交流发言。崇左办业务员林福君在办事处交流学习活动中总结，他自入职美味鲜公司以来，所负责区域市场在厂商两支队伍通力协作中，实现业绩年年飘红，尽管后疫情时代消费环境严峻，但我们仍然树起“行”的方向标，坚持务实求效、问题导向抓落实；凝聚“进”的精气神，以只争朝夕的拼劲、迎难而上的干劲、久久为功的韧劲，切实深化这次学习成果，顺应公司营销制度改革和营销模式新变化，实化厂商两支队伍干事创业的具体行动、为全体营销人员担当实干提供强大动力。

为将会议精神落到实处，端午节前后，广西大区各区域、办事处组织开展形式多样的“粽情端午”系列主题户外营销展卖活动，以实际行动快速拉动销，抢进度，奋力冲刺半年营销目标。

——美味鲜 罗汉斌/文

助浙味升级，展厨邦风采 ——第十八期厨邦顶级厨师训练营

6月10日，来自江浙地区的150多位厨师精英汇聚绍兴，参加第十八期厨邦顶级厨师训练营培训，训练营导师阵容强大，影响广泛。

本次训练营特邀杭帮菜泰斗胡忠英、咸亨集团股份有限公司董事长茅天尧、杭州知味观味庄有限公司总经理董顺翔、君澜酒店集团餐饮总监吴俊霖担任训练营导师，亲临现场为学员们授业解惑，并邀请了绍兴当地团餐企业、品牌连锁、社会餐饮等企业负责人、主厨等作为嘉宾出席活动。各界大咖齐聚一堂，共同学习升级浙菜口味，为浙菜厨师的未来发展助力！

训练营在胡忠英大师激情洋溢的开场致辞中正式拉开帷幕，随后由美味鲜公司品牌策略部餐饮组吴主管为在座的学员进行了《顶级厨师用厨邦》的品牌宣讲，从公司品牌、产品及餐饮服务等方面进行了宣讲，让在座的学员们对厨邦品牌有了更深入的了解。紧接着由胡忠英大师进行《胡忠行大师说杭帮菜》主题分享，讲述杭帮菜的文化，茅天尧大师以“守正出新”为侧重点，鼓励年轻一代浙菜厨师不断进步。同时四位大师还传授了浙菜的烹饪秘籍，加深了学员对公司产品的认识，也启发了他们对菜品研发的新思路。

助浙味升级，展厨邦风采！一天的课程让学员们收获满满，不仅吸收了大师们传授的课程内容，还获得了五位导师亲笔签名认证的结业证书，可谓不虚此行！

面对餐饮界规模巨大、潜力无限的市场和空间，厨师、调味品之间不仅是相互促进的队友，也是荣辱与共的伙伴。厨邦与厨师朋友们也将继续众志成城大步迈进，打造顶级厨师交流圈，共同为促进浙菜口味升级，助力中国烹饪行业发展，推动行业良性健康发展而努力！

——美味鲜 何银屏/文



实战经验分享，助力业绩增长

——营销实战案例分享（第二期）

为加强大区之间的交流学习，将优秀经验进行复制推广，更好地促进销售目标达成，营销中心于6月21日举办了第二期营销实战案例分享交流活动。此次分享交流由华北大区马然然、华北大区武建国分别进行《新开发客户管理及辅导》《大同市流通渠道打造》课题分享。

此次课题分享活动采用线上视频会议的形式，打破了时间与空间的限制，同时进一步扩大参与人员范围，将办事处的基层核心业务骨干也纳入到分享对象中，让更多驻守在全国各地的营销人员有机会参与到实战经验学习中来。

会议首先由华北大区保定办商超主管马然然进行课题分享，她从新开发客户管理的背景、日常管理及辅导、“一表一图”管理等方面进行了一一讲解，另外还提到了利用SMART原则、PDCA等管理工具开展日常业务，让大家进一步加深了对公司管理工具的认识。随后，由晋北办流通业务武建国分享大同市的流通渠道打造。他从整体市场回顾入手，细致地分享了具体的门店整改思路以及市场整改规划。本次分享内容与大家的工作深度契合，在分享交流环节，大家相互交流探讨，碰撞出思想的火花。



马然然、武建国分别进行课题分享

会后，各参会人员也纷纷在交流群里抒发自己的学习感悟。表示在这次交流中收获的经验，对具体业务的改善有一定的借鉴作用，也希望公司能持续开展实战案例分享，不断加强同事之间的交流学习，取长补短，帮助更多营销人员提升业务技能。

以下为部分学员的心得体会，记录分享中的所学所感：

·>> **昆明一办邓俊：**从马然然同事分享的一图一表中，学习到了如何向新开客户制定单品模型，如何运用SMART原则和PDCA原则管理及制新客户铺市方案。通过武建国同事分享的利用经销商优势资源，实现产品快速上架和动销中，学习到了如何更加快速的建设及激励经销商队伍。根据实战经验，生动地描述了目前市场存在的痛点，以及如何合力解决难点。

·>> **滇西办张钧：**关于新客户的开发，两支队伍的建设，特别是如何带动经销商业务团队，发挥其团队及渠道优势，落实执行美味鲜公司的市场营销动作，在听马然然同事的分享时，本人也结合了自身所在市场情况，认真反思总结。例如：市场动作执行标准一纸化，给到经销业务员团队简单明了，一页纸把方案内容、执行条件、报支要求等注明，加快经销业务团队适应美味鲜公司市场推广意志和方式。其次就是提升办事处业务员人员经销管理能力，市场带线能力，发挥美味鲜公司员工教练员角色。

·>> **宁夏办刘洋：**工欲善其事必先利其器，一图一表精细化管理的方式，有效提升工作效率，并且让经销商知道后续的工作重心，以及工作计划。其次通过新客户开发三板斧战略，有效增强了经销商团队的专业技能知识，以及工作的主观能动性。千里之行始于足下，不积跬步无以至千里，好的市场表现基于扎实的市场基础工作，通过4+1动作的持续开展以及员工奖励调动了经销商业务人员的积极性，门店产品模型的建立，以及广告宣传的制作，提升消费者关注度，打造品牌效应。

·>> **襄阳办郝小艳：**“一图一表”的使用让我认识到数据化管理的重要性，对分清重点客户次重点客户，工作效率的提升，以及客户的满意度等有了明确的方向。三板斧培训、带线、业务员奖励也是可复制的好经验，撬动经销商资源提升业务员积极性。解决终端动销、上架，坚持4+1基本动作，提高客户信任度，建立良好的厂商关系以及客户客情基础。

市场学习永不止步，我们始终对全体营销人员充满信心，相信他们能通过不断的积累营销实战经验，突破销售瓶颈，使销售业绩更上一层楼！

——美味鲜 雷梦玲/文

JonjeE



罗汉斌

广西大区

勇于创新 敢做善成

带领团队从千万市场层级

向亿元层级奋勇冲击

成功打造出

千万级县域经销商

营销精英

JonjeE



吕麒权

粤西大区

主动作为

善于规划

营销精英

快速融入团队，全面践行营销意志，善于策划市场推广活动，高质量打造流通旗舰店与商超示范店，并进行推广应用。

主动承担办事处资料报支、数据统计等工作，夯实业务基础，助力团队提升作战效率，圆满完成2020年度冲刺任务！



热烈庆祝中国共产党成立100周年



中炬高新党委开展庆祝 建党100周年主题党日活动

为热烈庆祝中国共产党建党100周年，深入开展党史学习教育，引导广大党员不忘入党初心、牢记职责使命，6月20日，中炬高新党委召开庆祝建党100周年主题党日活动。

上午，中炬高新党委副书记王晴邈带领党委委员及下属各级党组织书记、委员共38人在杨殷故居开展革命传统现场教育，瞻仰先辈旧居、回忆峥嵘革命岁月。参观结束后，中炬高新党委副书记王晴邈带领各位书记、委员在杨殷故居广场重温入党誓词，“对党忠诚，积极工作，为共产主义奋斗终身，随时准备为党和人民牺牲一切，永不叛党。”铮铮誓言，表达了大家对党的忠诚和最诚挚的感情。



中炬高新党委党员在杨殷故居广场重温入党誓词



中炬高新党委委员在杨殷故居前合影

下午，中炬高新党委在综合楼党群活动室召开了党史学习教育大会，中炬高新党委及下属各党组织书记、委员、党员代表共100余人参会。会上，中炬高新党委书记李翠旭对党史学习做出了工作要求：一、要深刻认识开展党史学习教育的意义，深入学习习近平总书记在党史学习教育动员大会上发表的重要讲话精神；二、要将理论学习和现场传统教育相结合；三、要开好党史学习专题组织生活会；四、各支部书记要带头学习并抓好党员自我学习，结合三会一课要求，讲好专题党课。



中炬高新党委学习党史动员大会



中炬高新党委书记李翠旭发表党史学习动员讲话

李翠旭书记说，我们要通过开展党史学习教育，更好地从党的奋斗历程和伟大成就中鼓舞斗志、明确方向；更好地从党的光荣传统和优良作风中坚定信念、凝聚力量；更好地从党的实践创造和历史经验中启迪智慧、砥砺品格。李翠旭书记最后强调，开展党史学习教育，归根结底是要从党的百年历史中汲取党解决问题的能力和方法，用于工作实际，为实现公司“五年双百”目标凝心聚力、砥砺前行！

会议还安排了过政治生日环节，中炬高新党委书记李翠旭、美味鲜党委书记张万庆分别为6月、7月入党的12名党员代表颁发政治生日卡和纪念品，党员代表王卫红分享了入党初心感悟。最后，由7月1日入党的三名党员代表带领会场100余名党员共同重温入党誓词。

会后，为了增加党史学习的趣味性，调动大家学习的积极性，党委特别策划了趣味党史知识竞赛，党员代表共50人前往两新组织党员教育基地——厨邦酱油文化博览馆开始了比拼。大家分为5个队伍，由各支部书记带队，通过趣味党史知识竞赛、红歌连唱、党史词汇你演我猜等多个环节进行比拼，通过寓学习于娱乐，在游戏中学党史的方式度过了一个有意义的主题党日活动。



党委组织召开集体政治生日会



中炬高新党员重温入党誓词



中炬高新党委开展趣味党史知识竞赛



中炬高新党委党员合影

——办公室 程勇/文 曾旻雨/图

峥嵘岁月共圆百年梦，初心不改奋进新征程

7月1日上午8时，庆祝中国共产党成立100周年大会在北京天安门广场隆重举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发表重要讲话。

全国各族、各界人士7万余人出席庆祝大会，以殷殷向党之心，拳拳爱国之情，共同汇聚成天安门广场上的红色海洋。

当国旗班战士迈着整齐划一的步伐走向升旗台，当昂扬雄壮的国歌响彻天安门广场，当五星红旗冉冉升起，每一位中国人的心头都淌过一阵暖流，涌起对党和祖国无尽的热爱和祝福。



为了庆祝中国共产党成立100周年，中炬高新党委提前谋划部署，深入开展党史学习教育，引导广大党员不忘入党初心、牢记职责使命。

6月29日，中炬高新党委委员陈劲涛同志、美味鲜党委委员任叶林同志代表中炬高新、美味鲜党委为四位党龄达到50周年的老党员送去由党中央颁发的“光荣在党50年”纪念章。

送章上门，庄严神圣，赓续党员的精神血脉，凝聚奋斗力量。



为党龄达50周年老党员赠送纪念章



公司一楼大堂浓厚的庆祝氛围

7月1日上午，同事们一路听着电台的广播抵达公司时，首先映入眼帘的就是办公楼下“热烈庆祝中国共产党成立100周年”的电子横幅，一楼大堂的电视屏幕直播画面传来振奋人心的声音，电梯里同事们也在互相讨论“学习强国”的直播内容，被浓厚的庆祝氛围深深地感染。

7月1日下午，中炬高新集团组织举行无偿献血活动，党员们充分发挥党员的先锋模范作用，率先垂范，踊跃献血。



我为党旗献热血



献血党员合影

7月1日下午，中炬高新党委组织了一系列主题学习活动，以实际行动献礼这神圣的一天。



美味鲜党委荣获火炬开发区“先进基层党组织”称号



火炬区优秀党员合影



过政治生日



重温入党誓词



党员观看“庆祝中国共产党成立100周年大会”



7月1日，注定是一个红色海洋沸腾的日子，每颗中国心都热血沸腾。

一百年很短，短到不及中华上下五千年的1/50；

一百年很长，长到英雄辈出星光璀璨，煌煌功绩不胜枚举，长到足以改天换日、重塑河山！

一百年砥砺风雨，一百年沧海桑田。中国共产党的百年征程波澜壮阔，百年初心历久弥坚。

人民有信仰，国家有力量，百年正青春，共赴新征程！

——美味鲜 巩彤/文 办公室 曾旻雨/图



中炬高新及美味鲜党员代表合影

中炬精工组织党员干部观看 庆祝中国共产党成立100周年大会

7月1日上午8时，中炬精工党支部组织公司党员及青年干部在会议室集中观看《庆祝中国共产党成立100周年大会》实况，并学习讨论习近平总书记在庆祝大会上的重要讲话精神。

当鲜艳的五星红旗冉冉升起，威严的国歌缓缓响起，一种振奋、一种激昂、一种骄傲、一种自豪的心情油然而生。习近平总书记的重要讲话回顾了我们党100年来团结带领中国人民不懈奋斗，所走过的波澜壮阔历史进程和作出的伟大历史贡献；今天会上，习近平总书记还庄严宣告：我们实现了第一个百年目标，在中华大地上全面建成了小康社会。

直播结束时，习近平总书记在庆祝大会上那些让人心潮澎湃的重要讲话，让全体参会人员报以经久不息的掌声。

此次庆祝大会，让我们更加明白了中国共产党为什么“能”，马克思主义为什么“行”，中国特色社会主义为什么“好”！我们要永远保持建党时中国共产党人的奋斗精神，永远保持对人民的赤子之心。面向未来，面对挑战，不忘初心、继续前进。

这是我们的第一个百年，我们还要向第二个百年奋斗目标迈进。在新的征程，新的起点上，中炬精工全体员工向党献上生日祝福的同时庄严宣誓：实业报国，请党放心，强国有我！

——中炬精工 陈涛 文/图



学习贯彻新《安全生产法》 全面提升安全生产治理能力

6月10日，第十三届全国人大常委会通过了关于修改《中华人民共和国安全生产法》的决定（以下简称《安全生产法》），修改后的《安全生产法》将于2021年9月1日起施行。

为做好新《安全生产法》的学习、宣传、贯彻，进一步做好集团的安全生产管理工作，6月25日上午，中炬高新安全办组织了《安全生产法》修正案学习与培训，中炬高新领导班子，下属子公司主要领导、部门负责人以及生产主管、安全管理人员等共计106人参与了本次培训。

中炬高新安全办负责人高听明对《安全生产法》修正案进行了讲解，主要内容包括新《安全生产法》引言、修正案主要内容、修正案前后对照、安全生产领域违法犯罪内容等四方面，并结合公司实际及外部形势案例，深入浅出，向各层级人员阐述了新《安全生产法》学习和贯彻的必要性、适用性及重要性。

培训结束后，中炬高新总经理李翠旭做出重要指示。翠旭总要求，各子公司、部门都要认真学习新《安全生产法》，明确职责及分管范围；各子公司、部门盘点安全业务，按照新《安全生产法》进行自查，查漏补缺，及时整改，确保安全工作落实到位，安全责任承接到位；集团安委会要定期组织安全大检查，及时了解各公司安全生产状况，获取安全信息，发现不安全因素，消除安全隐患，交流经验，推动安全工作；从查思想、查制度、查纪律、查隐患、查整改等方面入手，强力排查事故隐患，责任到人，切实落实整改措施。

安全管理是一场永远打不完的战役，安全工作永远在路上。中炬高新将一如既往地坚持以员工安全、健康为中心，牢固树立安全发展理念，进一步落实安全主体责任，全面提升安全生产治理能力，创造安全稳定的良好生产环境。

——美味鲜 曾向雪/文 巩彤/图



安全办负责人高听明总监进行安全管理培训



李翠旭总经理对安全工作作出重要指示

中炬高新编辑部2021年度工作会议圆满召开

6月22日下午，中炬高新编辑部2021年度工作会议圆满召开。中炬高新总经理、编辑部总编李翠旭，中炬高新副总经理、编辑部总策划李建，中炬高新董事会秘书、编辑部总策划邹卫东，中炬高新行政总监、编辑部主编王晴邈出席会议。编辑部成员和优秀通讯员齐聚一堂，共同回顾过去一年多来企业文化建设工作取得的工作成果、总结分享经验收获、筹划未来工作计划，推动中炬高新企业文化的进一步交流融汇。

总结回顾，持续推进文化落地

会上首先由编辑部副主编、美味鲜办公室负责人陈润峰作编辑部工作汇报。过去一年多时间里，编辑部始终以公司战略发展为指导，通过内刊及新媒体宣传、策划并实施系列丰富多彩的宣传活动、与宝能集团及各子公司建立起有效沟通渠道并开展多方联动，对内建立起了与员工间沟通、交流的桥梁，对外传播并树立了企业良好的精神面貌和品牌形象，为集团企业文化融合创新、提升企业竞争力发挥了有效的引领作用。



编辑部副主编陈润峰作工作总结汇报

2021年是中炬高新编辑部整合优化后统筹开展全公司文化宣传活动的第一年，编辑部将在原有宣传工作的基础上持续优化，落实宣传主题活动、美味鲜宣传片更新、内刊改版升级、采编优化等重点项目工作，持续推动具有中炬高新特色的企业文化建设。

表彰先进，奔赴热爱共同奋斗

中炬高新编辑部丰收的硕果，离不开全体编辑部成员的悉心呵护和浇灌，也离不开公司各大协会成员的鼎力支持。会议表彰了在企业文化宣传工作和协会活动中表现突出的人员。他们在做好本部门工作之余，以高度的责任感、为大家服务的热情和个人的特长技艺，为编辑部的各项工作建言献策，统筹资源、协助活动顺利开展，共同以文化的力量塑造良好的企业氛围，推动公司和谐发展。

公司领导为优秀的编辑部成员以及协会会长、积极分子、摄影比赛优秀创作人员颁发了奖状和纪念品，同时还聘任了“特约通讯员”以及“协会顾问”，勉励大家以更加活力创新、积极进取的精神，奔赴共同热爱并为之奋斗的文化事业中来。



李翠旭总经理为年度优秀编辑颁奖



李翠旭总经理为协会顾问颁发聘书

建言献策，共创文化宣传新高度

在沟通交流环节，来自中山和阳西两地的编辑、编辑助理以及宣传积极分子分别进行发言，对编辑部在宣传活动策划组织、企业文化推广落地以及对子公司、各部门的宣传支持等方面提出了真诚有效的改善建议，共同为创造文化宣传新高度贡献力量。



编辑龙梅安提出建议



编辑区晓鸣分享经验



编辑助理樊瑞分享精彩案例



投稿积极员工黄建提出建议

| 开拓创新，构筑文化宣传主阵地

李建总肯定了编辑部在企业文化宣传、内部氛围塑造方面的重要作用，希望编辑部在未来的工作中，坚定文化自信的同时，以更加规范、高效的形式运作。鼓励编辑部大胆创新，开展丰富多元、时尚灵动的企业文化活动，持续“传播公司好声音，讲述公司好故事”，将编辑部平台打造成为公司形象展示、文化引领的重要平台。

李翠旭总经理强调了企业文化建设的重要性，并对编辑部的工作提出了三点期望：一要打开思维，放开眼光，密切关注经营业务，主动而广泛地深入挖掘宣传素材，全方位开展宣传工作；二要勇于创新，不拘泥于传统形式，呈现更加生动形象的宣传风貌；三是鼓励编辑部全体成员不断加强自身学习，提升个人技能，为公司宣传工作贡献更大的力量。



李翠旭总经理进行工作指示



李建总寄语编辑部

中炬高新编辑部2021年度工作会议圆满落幕，盛载着公司领导的关怀和嘱托，满怀对文化宣传的热爱和期待，编辑部将以崭新的姿态重新起航，朝着成为公司文化宣传主阵地的目标持续奋进，打造全体员工喜闻乐见的文化平台，推动公司企业文化在全体员工中落地开花。

——美味鲜 巩彤/文 办公室 曾旻雨/图



中炬高新集团2021年无偿献血活动圆满结束

为积极弘扬无偿献血“挽救生命，奉献爱心”的人道主义精神，恰逢中国共产党成立100周年之际，中炬高新集团于7月1日组织开展2021年无偿献血活动。

本次献血活动通知一发出，各部门职工积极响应公司号召，报名踊跃。活动当天到现场参与献血活动的人员高达116人。其中成功献血人数达96人，献血总量达33200ml。

活动当天，员工们分批次有序地进入献血现场，在医护人员的引导下，填写信息、体检、抽血、献血、领证，有条不紊，秩序井然。献血车上，既有长期坚持献血的员工，也有第一次参与献血的员工，他们脸上洋溢着自豪的笑容，用实际行动传递着爱与感动，以献血的方式向党的百年华诞献礼。

在本次献血活动中，党员同志充分发挥了先锋模范作用，党员志愿服务队在活动现场协助维持秩序，引导员工填写表格、发放纪念品，各部门党员纷纷带头，参与到献血活动当中。



无偿献血现场

公司已连续多年组织无偿献血活动，本次无偿献血活动，也是公司自觉履行社会责任，主动回馈社会、热心公益事业的重要表现。未来，公司也将继续鼓励和引导职工参与到各项公益活动中，为社会的发展贡献一份力量。

——美味鲜 吴冰蝶/文 办公室 曾旻雨/图

无偿献血光荣榜

调味厂

张辉庆 裴珍萍 李建国 裴威真 莫长平 刘莲花 廖成满 何启胜 何 勇 陈业坚 赵怀贵
王若名 黄敏龙 周发希 周小艳 罗秀丽 朱云华 梁光庆 廖 秋 林家辉 贺齐武 黎明山
凤日艳 杨国平 黎太念 姚喜桂 强 力

酱油厂

黄 建 王九才 董学课 肖安营 邓喜涛 崔高杰 陈希副 武庆利 郑永木 林月明
彭发庭 杨 阳 林 义 陈光伍 郭天宝

发酵厂

王广超 韩开畅 邓海萍 张本旭 马海平 李塑 杨大学 李宝莉 黎健荣 杨小建 陈敏恩
林志光 吴文洲 马燕兵

后勤部

姚飞 吕松伟 周丰民 廖锦秀 赖岭春 黄江平 黄伟文 陈景和 刘燕玲 梁丽欢 胡松

检测中心

陈仕伟 卢梓崇 叶柱好 彭东梅 马娇 柯粤振 陈秀锦 蔡金德 覃党喜

设备工程部

杨伟润 冯锡 罗乾锋 邓华珍

财务部

谢雪梅 卢翠霞 王德华

营销中心

陈彦运 黄青翎

品控部

张国锋 林嘉龙

汇景物业部

张燕飞 杨达美

仓储部

骆华林 钟文龙

办公室

陈劲涛 李启宽

资金管理部

刘健

信息技术部

骆史良

技术研发中心

张燕飞



用行动诠释爱心

让奉献成为快乐

美味鲜阳西生产基地联合阳西总医院 人民医院开展新冠疫苗上门接种工作

6月10日，美味鲜阳西生产基地联合阳西总医院人民医院开展新冠疫苗上门接种工作，当日基地员工疫苗接种达570针次。

自3月起，为积极应对当前疫情防控形势，切实做好员工疫苗接种工作，阳西基地积极与阳西县当地政府部门及医疗机构沟通对接，本着“应接尽接”的原则，鼓励与引导全体员工参与接种，并分批组织员工前往阳西总医院人民医院接种新冠疫苗。

鉴于目前员工个人预约接种难度大，为确保员工健康和食品安全，基地在与阳西县医院经过沟通接洽后，联合开展了本次新冠疫苗接种工作，基地按照医院要求严格做好了本次接种现场布置。

在疫苗接种现场，员工们戴好口罩，依次接受医护人员的健康问询，填写登记表后有序进行疫苗接种，并在接种后留观半小时，无异常后返回工作岗位，整个疫苗接种过程井然有序。

阳西总医院人民医院急群众所急，实事求是，主动应变，切实解决了企业的困难，不禁让人点赞。目前阳西基地约1200人完成了新冠疫苗第一针接种，接种率超过84%。后续，基地将继续落实疫情防控和疫苗接种工作，营造安全的工作环境，保障员工的身体健康，让员工幸福、快乐地工作！

——美味鲜阳西生产基地 梁碧圆/文 叶其媛/图



医护人员为员工接种新冠疫苗



阳西县人民医院医护人员与厨邦公司工作人员合影

厨邦酱油文化博览馆入选中山市文明旅游景区

凭借丰富的文化内涵和高度的社会认可，厨邦酱油文化博览馆在“2020年中山市文明旅游景区创建活动”中荣获“中山市文明旅游景区”称号。7月9日，中山市文化广电旅游局、中山市旅游协会在东风镇凤巢湾创意小镇举办颁奖仪式。

博览馆自开办以来，一直积极开展文明宣传、文明劝导、秩序维护等服务，馆内配有轮椅、婴儿车、婴儿护理台、医药箱等人性化设施，通过展板、宣传手册等形式宣传文明旅游行为规范。

此外，为促进中山市全域旅游高速高质发展，对标对点，营造出文明有序的景区环境，博览馆高标准严要求，安排专人负责每天的清洁消毒。

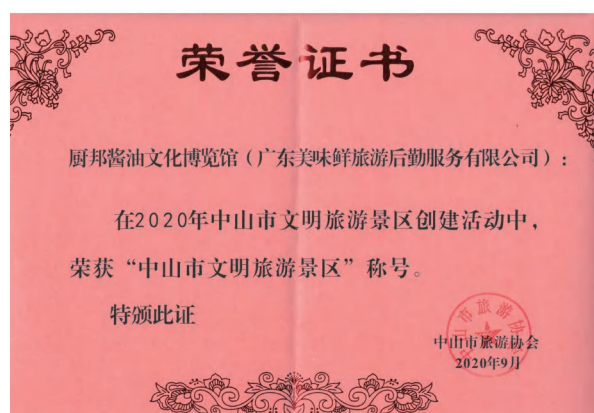
博览馆通过积极开展文明旅游系列活动，有效地向游客传播文明旅游、爱护环境的理念，又切实提高了景区的服务质量和广大游客的文明素质。

打造文明景区，为保障群众安全出行、文明出行营造了良好氛围，助力中山文明城市创建。

——美味鲜 刘媚诗/文



厨邦酱油文化博览馆（右一）获奖现场



“中山市文明旅游景区”获奖证书



厨邦酱油博览馆举办消防灭火演练

6月7日，为提高厨邦酱油博览馆全体员工预防、处置事故能力，提高对火灾事故的快速反应能力及应急救援水平，博览馆组织了一场安全员应急灭火演练。

演练内容包括消防基础知识、灭火器和消火栓使用方法和灭火实操。这次演练参与人员23名，参与率达到100%。为保障灭火演练有效开展，博览馆准备了10个2公斤装干粉灭火器，1套包含水带和水枪的消防栓，1个应急救护医药箱，以及模拟着火源的木柴、柴油、火桶等一系列物品，保障了灭火演练的顺利进行。

安全员肖华根据博览馆的实际情况，结合火灾案例向参演人员详细阐述了火灾的危险性，剖析了火灾引发的原因和预防措施。从火灾特点、初期火灾扑救、自救逃生、火灾失控救援，日常火灾防控措施等几个方面做了详细的讲解，以现场提问方式强化了消防知识点。肖华向大家展示了博览馆常用的消防器材，指导参演人员实操灭火器灭火和消防水灭火，切实增强了参演人员扑灭初期火灾的能力。

本次演练，博览馆准备充分，从培训讲解内容、到现场实操以及物资装备都符合专业化要求。演练体现出了博览馆全体员工良好的精神面貌，加强了员工对消防安全知识的理解和消防器材正确使用的实战技能。既使员工初步掌握了扑灭初期火灾的方法，也提高了安全管理员对突发事件的指挥能力，为安全生产提供了保障，取得了预期的演练效果。

——美味鲜 曾向雪 文/图



安全员肖华进行安全知识讲解



博览馆员工进行灭火实操练习

生产事务局开展保全人员减速机装拆技能提升活动

为提升保全人员技能，营造你追我赶的学习氛围，生产事务局结合生产维修所需技能情况，于6月21-22日开展了年度保全人员技能提升活动，三大分厂及仓储部共计21人参与。

这次比赛针对生产线上电机数量多，偶有电机故障的问题，选择了减速机装拆技能比拼，以比赛促动保全人员专心体验一次完整的减速机装拆过程，并展示自己的专业技能水平。

主办方为此做了充分筹备，结合往年经验提前一个月进行讨论及策划方案，确定比赛题目，并制作宣传海报，发至各分厂进行宣传，鼓动大家踊跃报名参加。

和以往比赛不同，本次比赛没有预赛，直接进入决赛。事务局精心准备了减速机组装动画视频及相关的PDF资料，提前发至分厂，让分厂负责人组织培训员工，学习减速机原理，为比赛做好充分准备。

比赛当天，首先由活动策划人周杨进行比赛规则及注意事项宣讲并由活动负责人朱海龙宣读参赛人员及裁判员寄语：参赛人员要遵守比赛规则，裁判员要公平公正判定比赛成绩，活动旨在学习及技能提升，成绩次之。随后，由前三个比赛人员抽签选定减速机。人员就位，先检查减速机的配件是否齐全，确认无误后计时员开始计时，比赛正式开始。

比赛过程中，其它保全人员纷纷围观，并为参赛人员加油鼓劲，氛围活跃。

当一名比赛人员完成比赛后，下一位参赛人员接着开展比赛，现场井然有序。不过比赛过程中也出现一些意外的状况，比如学员因操作不当，敲坏了轴承，裁判人员现场协调资源更换轴承；还有一台减速机三个人组装后都不能运转，裁判开展紧急检测判定该减速机能否运转等。这些状况是赛前想象不到的，给比赛增添些色彩，更有趣味！

通过比赛，保全人员对摆线针轮减速机有深入了解，从未知到完全掌握原理，到能完好的组装及拆卸减速机，充分提高自身能力和自信心。经员工反馈，比赛活动不仅能提高大家的技能水平，还给大家提供了共同交流的平台。日常都是和本厂机修学习交流，事务局开展的活动，给各分厂的机修提供了相互学习的平台，技能学习范围变广，大家的积极性、激情及重视度很高涨！

——美味鲜 黄小凤 文/图



赛前讲解规则



拆机进行中

开展劳动竞赛活动 发挥工会积极作用

中炬精工工会积极发挥自身优势，为企业生产经营目标保驾护航。2021年面临严峻的市场考验，中炬精工工会紧紧围绕企业的生产经营目标，以“五赛五推进”为主要内容，大力开展各项员工劳动竞赛活动，使竞赛活动成为广大员工施展才能，创造业绩的舞台，有力促进企业各项任务的完成。

一赛防疫、安全生产两不误，促企业平稳运行，推进“安全防疫标兵”竞赛活动。工会组织以“再学一次防疫手册，进行一次学习讨论，开展一次实践演练，查处一项安全隐患，提出一条合理化建议”为主题的“安全防疫标兵”竞赛活动。在员工中间普及防疫及安全生产知识，增强员工的安全和自我防范意识，发动基层班组对现场劳动保护、安全制度执行情况等进行自查，查处安全隐患，防止和遏制各类事故发生，充分调动员工参与企业安全生产的积极性。

二赛岗位技能，促员工队伍素质提高，推进职工技能提升活动。企业发展的核心竞争力归根结底依托于职工的综合素质。工会组织开展岗位练兵、技术比武、技术交流等多种形式的竞赛，专项奖励员工学习新技术、掌握新技能，争当高技能人才，引导员工不断提高创新意识和创新能力，把打造高技能人才与普通提高职工技能水平结合起来，掀起学技术、比技能、创一流的热潮。

三赛节能减排，促企业成本降低，推进“我为节能减排做贡献”活动。节约资源、保护环境，围绕企业今年的节能减排、降耗增效的总目标，量化“节能降耗之星”活动方案，“节约一滴水，节约一度电，节约一张纸，节约一分钱”，在员工中加大节能减排知识的宣传普及，引导员工增强节约意识和环保意识，帮助员工掌握节约技能，不断提高能源资源综合利用率。

四赛创新能力，促企业技术创新，推进革新发明、合理化建议活动。创新是企业发展的源泉。立足“小革新，小发明，小改造，小设计，小建议”的技术创新活动，鼓励员工在技术创新实践中发挥聪明才智，同时开展形式多样、员工喜闻乐见的建言献策群体性合理化建议活动，不断提高员工合理化建议的参与率、采纳率、实施率和贡献率。



中炬精工开展劳动竞赛活动

五赛敬业奉献，促劳模精神发扬光大，推进评先树模活动。劳动模范是时代先锋和行动楷模，劳动竞赛锻造劳动模范。针对已经涌现出来的“火炬工匠”等先进标兵，工会充分利用各种宣传阵地，大力宣传他们的优秀品质和模范事迹，营造尊重劳动，尊重知识，尊重人才，尊重创造的良好风尚。引导员工崇尚劳模，学赶先进，争创一流，保持员工昂扬向上、奋发进取的精神状态，激发员工的责任感和劳动热情。

活动自开展以来，受到了员工的大力支持，各部门纷纷组织员工积极参与，掀起了一阵阵劳动竞赛的热潮。

——中炬精工 陈涛 文/图

“三胎”压力下，岐江东岸高性价比四房 是当之无愧的解压房！

2021年5月31日，中央政治局会议召开，进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施，来积极应对我国人口老龄化加深的形势，促进人口结构合理化。

“三胎”新政的实施，利弊同存，其弊端在于会让作为社会中坚力量的8090后焦虑渐起，养育孩子的成本将会成倍增加，生活开销、教育基金，尤其是购房投入，都会让生活压力直接被挤到生存压力的层面。

但是作为中国父母，即使压力陡增，也会尽自己所能，给孩子最好的资源，给他们一套生活空间足够的住房。

“三胎”新政的深入贯彻，未来家庭人员结构将由一家三口或四口升级为一家五口；住房需求也会向满足二胎或三胎家庭转变，总价必然会更高，因此合理的面积，总价相对较低的四、五房，势必会成为广大购房者的新宠儿。

虽然二、三胎购房压力是客观存在的，但并不代表就是无解，中山·岐江东岸高性价比四房，正是解除压力的一剂“良药”。



岐江东岸 置业无压力

岐江新城1.48低密社区—岐江东岸，匠心筑造建面约105-138m²奢阔四房，低总价，高赠送，高性价比，购房无压力，轻松满足“二、三胎时代”家庭格局，各得其“所”，各自安好。全功能型生态园林，解锁丰富多彩的无压生活，臻藏全家人的美好时光。

随着年龄增大，孩子需要属于自己的卧室，让孩子的生活拥有私密空间，更有利于培养独立的性格。



户型效果图

岐江东岸洋房，全龄生活空间，四室两卫，二孩三胎皆可满足，各自独享私有空间，学习、阅读、玩乐，互不打扰，从容起居无压力；双卫设计，主卧配独卫，缔造高品质私密生活。

岐江东岸高性价比洋房，二、三胎时代理想户型，无压购房一步到位，满足各个家庭成员的居住需求，尽情享受一家人的幸福时光。

——中汇合创 李聪/文



116m²户型图



138m²户型图

广西大区桂东区域2021年夏季团队拓展活动

为加强区域团队成员的凝聚力、提升团队荣誉感以及创造面对面沟通交流机会，鼓舞团队士气，同时部署冲刺半年销售业绩的各项工作，6月4-5日，广西大区桂东区域各办事处齐聚梧州市，开展了区域成立后的首次团队拓展活动暨半年业绩冲刺动员会议。

本次团建活动安排在梧州市万秀区的圣文园，活动当天上午9点，桂东区域全体成员抵达圣文园，在专业教练的带领下，活动有条不紊地开展。区域近20人的团队被分成了两组，进行了超音速、疯狂市场、扑克牌大战、动力绳等多项趣味游戏的PK。这些活动都高度考验小组之间的团队协作作战精神，两个小组都反应迅速，很快明确成员之间的分工，最后两组以微弱的差距完成游戏挑战。

下午，团队又开展真人CS、射箭、烧烤等趣味活动，大家在活动中展现出了营销人员团结、合作、互助的良好精神面貌，同时，同事之间彼此进行了工作上的经验交流，大家都表示，在此次活动中受益匪浅。

活动结束前，桂东区域叶经理进行了活动的总结与业绩冲刺的动员。叶经理指出，本次活动是区域成立以来集中开展的首次活动，让大家在平时紧张的工作中稍作调整与放松，通过活动增强团队凝聚力、集体荣誉感，也为了让大家更好的投入到后续不到1个月的半年销售业绩冲刺工作当中去。叶经理特别强调，桂东区域所辖各办事处的市场层级、发展阶段不尽相同，但相同的是今年以来销售态势均需迎难而上，所面临的竞品也较为特殊，作为奋战在一线的营销人员，必须身先士卒，不搞花拳绣腿，不做表面功夫，扎实做好每一项基础工作，桂东区域必须要突出实干精神。同时需要对销售任务保持敬畏感，回到驻地后要按时按量推进各项工作，为冲刺半年任务保驾护航。

最后，全体成员在写有“不忘初心，牢记使命”的背景墙下合影留念，圆满完成本次团建活动。桂东区域将在公司、大区的指导下，凝心聚力、冲刺半年任务、争创佳绩！

——美味鲜 李团军 文/图



趣味游戏PK



桂东区域团建活动合影

合肥二办包粽子比赛

农历五月初五是我国传统节日——端午节，值此佳节来临之际，为营造节日气氛，提高办事处团队凝聚力，促进超市系统的销售拉动，合肥二办和经销商协同荟家鲜生超市组织了一场以“端午粽飘香，美味有厨邦”为主题的包粽子活动。

活动开始前，合肥二办王主任给大家普及了端午节的知识和不同地方的谚语，还介绍了厨邦品牌以及此次厨邦促销活动中的惊爆价产品，大家听得十分投入并踊跃参与购买。此外，现场开展了厨邦小知识抢答游戏和包粽子比赛。组织方准备了齐全的包粽子的材料，有粽叶、绳子、糯米、红豆和咸蛋黄。随着主持人的一声令下，选手们纷纷拿起粽叶包了起来。有的选手技艺娴熟，两两一组默契配合，卷粽叶、放配料、包粽叶再到扎粽子，每个步骤有条不紊，一气呵成，转眼间，一串串饱满的粽子就制作完成。有的选手现学现卖，磕磕绊绊才包好了一个。但是无论快慢，大家的喜悦溢于言表，感受到传统佳节的浓厚氛围和文化魅力，享受着包粽子、迎端午活动带来的温暖欢乐。

包粽子比赛于端午节下午完美收官，此次活动培养了一批忠实的厨邦粉丝，也为合肥二办的地推工作积累了经验。

——美味鲜 王远征 文/图



投入比赛的选手们



吸引人群围观

社区电商迷局

今年迎来建党100周年的大日子，举世瞩目，举国欢庆。百年来国家民族取得的巨大成就足以让国人骄傲自豪！尤其是在新冠疫情背景下，我们的应对和表现足以傲视全球，也让大庆的日子增添了一份特殊的温暖和感动。身为中国人，何其幸哉！

为百年庆典献礼，率先行动起来的是祖国各地跳广场舞的大妈。这些洋溢着热情和对生活的热爱的大妈们，在烈日下，汗流浹背的排练着各种庆祝舞蹈和歌曲。那首《我和我的祖国》，也飘荡在大街小巷中，成为老少皆宜的哼曲……

在这热闹的场景中，还穿插着另外一种年轻的群体——社区电商推广员。她们一手拿礼品、一手拿宣传单，亲切的和大妈们推广着各种APP。“阿姨，只要您下载注册一下，就可以送您一份礼物”，“阿姨，我一天有8个开新任务，就差一个了，您帮帮忙吧”，“阿姨，惊爆价一块钱，可以买一袋新鲜水果”。这些推广员似乎深谙人性，往往成果颇丰。

这是个奇异的景象：老人和老歌，年轻人和APP，交织出一幅颇具烟火气的社区生活影像图。这些年轻的身影，正是如今各大资本巨头押注社区电商拼杀场景的真实缩影。

社区电商有多香

互联网商业的发展方向分横向和纵向。横向发展是规模化，纵向发展就是社区化。淘宝、京东、拼多多、滴滴、美团这些都是规模化的范本，已经深刻变革了商业模式，推动了我们生活方式的巨大转变。2020年始，持续的疫情冲击着人们原有的生活方式，随之，顺应这种改变的商业模式也蓬勃发展。其中，社区电商最具代表性。社区电商集合电商、零售、社交三大业态，生鲜、标品、服务三大领域，高效地解决了新环境下消费者的刚需，也解决了一个巨大的社会问题。从价值链的角度看，买方、平台、卖方各自价值链构建了一个新的生态系统。

面对新生态系统的商机，以资本的嗅觉，怎会错过？

美团优选、兴盛优选、十荟团、多多买菜、橙心优选、同程生活、京东拼拼、盒马集市……，看看这些发展迅猛的平台，互联网巨头跳着熟悉的舞步，迫不及待的登上了这个万亿级的新赛道。他们以只争朝夕般的节奏，加班加点，不分昼夜地在赛道上疾驰着。

它们在抢谁的饭碗

社区电商模式颠覆了传统商业价值链的生态系统。它们的“共享仓、中心仓、网格仓、自提点”物流模式更高效快捷，成本更低；它们的大数据分析系统、精准营销、SKU更加丰富且动态多元，价格体系没有边界规则，人员团队打的都是战斗鸡的血。直白地说，这是传统供应链系统的革命。

互联网商业发展有上下半场的规律。上半场，补贴低价-多品类-结构性盈利；下半场，合纵连横扩大市场。这方面，滴滴、美团都是生动的案例。以前用滴滴打车，价格便宜的让你怀疑人生，现在用滴滴打车加价却已是常态。以前点一份美团外卖只额外出包装盒的钱，现在点一份外卖，餐具也需要另外付费。

现阶段，正处于社区电商的上半场。由头部企业发起的大规模补贴战争，事实上形成了对商品价格秩序的降维打击，尤其恶劣。背离了商业价值链区间，破坏了正常的商业生态。其中，对“标品”的价格体系进行打压，更是对整个产业链条造成了巨大冲击。像调味品这类刚需产品，价格比较敏感，价格的轻微波动对产业上下游都会形成较大的影响。这样没有边界和底线的打压，会迅速破坏整个产业的生态平衡。在平台收割流量之后，留给我们的只能是一地鸡毛。

如何与狼共舞

不可否认，社区电商平台正在形成一个全新的渠道。它的演变和发展已然不可逆，且未来可期。回顾过往发展，随着国家经济以及城镇化的发展演进，现代渠道诞生。大卖场、商场、超级市场等渠道成为重要的消费场景。很多企业切入布局，顺势而为，快速完成了自己的升级和蜕变，获得成长。随着电商平台的快速发展，像三只松鼠这样的品牌，积极拥抱参与，得以快速崛起。那现在社区电商向我们走来，我们该如何与狼共舞？

短期策略看，如何平衡各方利益是关键。现在行业内普遍推行的限品限价、授权经营、产品区隔等措施都是非常有必要的。

中期角度看，应融合线上和线下渠道协同发展，互为补充。目前像奶业巨头伊利、蒙牛纷纷成立电商事业部，其中新零售部门对社区电商的关注和投入在深度和广度上都值得我们学习。不少企业开展定制化产品策略，针对不同类型的社区电商，研发专供产品，既可以借势快速攻城略地，又很好的保护促进了线下渠道的稳步发展。同时，渠道快速下沉和细分，构筑品牌线下渠道供应链的护城河，提升最小单位的渠道商配送效率和服务质量，促进线上线下竞争力的平衡和提升。

长期策略方面，如何构建品牌自身的线上线下供应链生态系统，是值得深思的战略方向。诸如产品的创新和多元化开发、全国仓储物流的布局和革新、数字化运营的深度拓展、供应商和经销商的升级迭代、变革提升组织运营效率等等。

经销商惹了谁

在新经济和后疫情时代大背景下，消费场景多元化，销售渠道细分化、终端服务专业化的格局已经非常清晰。经销商贪大求全，完全与时代发展趋势所背离，过去代理几个优质品牌就可躺赢的年代也已经一去不复返了。

很多经销商感觉一夜之间，生意做不下去了。产品没有啥区别、价格拼不过、配送不够快、库存下不去、业务留不住、客户在流失、利润上不来、成本降不下……过去几十年的经验和优势都靠不住了。

没错，社区电商卡的就是经销商核心价值的“七寸”，抢的就是供应链最后一公里的饭碗。狼来了，它来了，它真的来了，你避无可避！

但你生意不好做，真的只是因为它们吗？它来了，你就只能躺平吗？

就说电商从业人员的考核有多精细，拜访门店转换率、退货率、换货率、退款率、日活率、日单量……，这种极致高压下的精细化管理，让他们常常灯火通明的加班加点，一天工作12个小时以上都是常态，996你总听过吧！反观很多经销商业务人员的考核，至今还停留在底薪加提成的初级管理状态。对终端客户不退货、不换货的态度还很“傲娇”。粗放和低效的业务模式在战斗力方面，与他们形成鲜明的反差。你能说这不是我军太无能，而是敌军太狡猾吗？

还是醒醒吧！对内优化SKU结构、聚焦渠道和区域、提升数据分析能力、优化配送效率、转变激励模式、加强终端服务质量、改善经营管理效能，向优秀同行学习交流，这些措施要有长期主义的公司文化去支撑。对外合纵连横，积极融入电商新时代，与团长、网格仓、自提点采取合作，与有优势的经销商联合互补、与优质品牌方加强配合、积极赋能社区门店等等，才能有效提升经销商核心竞争力。

我们要看清楚交易的本质。祖国大地多如浪花般的经销商群体，像毛细血管般流动的配送车辆和人员，几十年积累起来的商户客情和信任，都是降低交易成本的巨大优势。这些注定了经销商不会消亡，只会迭代！内外部变化一定会促使一批经销商成长起来，在新商业版图上挥斥方遒、大放异彩。

未来已来，未来可期！

——美味鲜 孙永宝/文

（文章仅代表作者个人观点，不代表本刊立场）

后勤部第一届厨师技能大赛圆满落幕

为提高公司职工食堂厨师烹饪技能水平，提升菜式品质，增强就餐员工的归属感和幸福感，6月24日，美味鲜后勤部在二饭堂组织了第一届厨师技能大赛。

本次大赛由后勤部职工食堂全体厨师共12人参与，根据饭堂现有食材，选用厨邦调味品对指定的大堂菜式进行烹饪比拼，按总票数进行排名。

当天上午厨工对参赛菜式的食材进行精心加工，以备参赛厨师下午比拼使用。14:00比赛正式开始，在比赛现场，参赛厨师们技艺娴熟，各显身手，纷纷施展出看家本领，经过一番“煎、炸、炖、炒”后，一道道色香味俱佳、充满创意的菜品不断呈现，香味弥漫。比赛邀请了各部门美食爱好者和后勤部主要管理人员组成评委团队，根据菜式的“色、香、味、形”等方面进行全方位品鉴和投票，保证了结果公平公正。

经过激烈的角逐和评委的投票，本次大赛评选出1名最受欢迎奖、2名最具竞争奖、4名最具发展奖、5名最具潜力奖，厨师周志雄凭借参赛作品“葡挞”，勇夺本次大赛“最受欢迎奖”。

颁奖仪式结束后，获奖厨师分别发表了获奖感言和菜式制作心得。厨师邓育强说：“要想做好一道菜，必须用心准备、注重细节，不能图简单省事”。最后，后勤部负责人杨巧萍经理对本次活动进行了总点评，杨经理对各位厨师精湛的厨艺表示肯定和赞叹，并鼓励大家在日常菜品制作中相互学习、持续创新，不断提升烹饪技能，把饭堂菜品越做越好。

通过本次厨师技能大赛的活动，厨师们对部分菜式还进行了改良创新，得到了现场评委的一致好评，通过现场互动交流，厨师们纷纷表示收获颇丰。日后，后勤部还将持续举办类似活动，传播饭堂健康、快乐的饮食文化，丰富员工业余生活，下一次活动期待您的加入。

——美味鲜 辛伟成/文
办公室 曾旻雨/图



评委品尝菜品



参赛人员合影



厨邦 顶级厨师 训练营

第十八期



美味鲜公司吴主管做品牌介绍宣讲



胡忠英大师开场致辞



吴俊霖大师进行菜品分享



学员了解我司产品



导师为学员颁发结业证书



学员合影



JonjeE

创新 | 和谐 | 求实 | 奉献



厨邦官方微信



厨邦官方微博



厨邦天猫旗舰店



厨邦酱油抖音号

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司

地址：广东省中山市
中山火炬开发区厨邦路1号

邮编：528437
电话：0760-85596818
0760-28133000
传真：0760-85596877
0760-28133006 转 115

网站：www.jonjee.com
www.chubang.cn

邮箱：3000@mw.cn